

# 横芝光町まち・ひと・しごと創生総合戦略

（平成29年3月23日改正）

平成27年10月

千葉県 横芝光町



# 目次

|         |                           |    |
|---------|---------------------------|----|
| I       | 基本的な考え方                   | 1  |
| 1       | 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との関係   | 1  |
| 2       | 5か年戦略の策定                  | 1  |
| 3       | 基本目標の設定と施策の推進・検証の枠組み      | 1  |
| 4       | 戦略のフォローアップ                | 1  |
| 5       | 総合戦略策定・推進・効果検証の体制図        | 2  |
| II      | 目指すべき将来の方向                | 3  |
| 1       | 現状の分析                     | 3  |
| (1)     | 人口ビジョンからのアプローチ            | 3  |
| (2)     | アンケート調査からのアプローチ           | 5  |
| (3)     | 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議からのアプローチ | 7  |
| 2       | 目指すべき将来の方向                | 8  |
| (1)     | 人口減少の克服                   | 8  |
| (2)     | 選ばれる町づくり                  | 8  |
| (3)     | 危機感を共有                    | 8  |
| (4)     | 多様な人材との協働                 | 9  |
| (5)     | 3つのテーマから戦略を練る             | 9  |
| 3       | 人口の将来展望                   | 10 |
| (1)     | 総人口の目標                    | 10 |
| III     | 戦略の基本目標と基本的方向             | 11 |
| 1       | 戦略の基本目標                   | 11 |
| 2       | 講ずべき施策に関する基本的方向と具体的な施策    | 11 |
| <基本目標1> | 産業を振興し安定した雇用を創出する         | 12 |
| (1)     | 横芝光町の基幹産業である農業の強化         | 12 |
| (2)     | 新しい産業づくりによる雇用の拡大          | 13 |
| (3)     | 遊休公共用地の有効活用による観光産業化と雇用の創出 | 14 |
| (4)     | 町内の雇用や起業の促進               | 14 |
| (5)     | 特産品販路の新たな試み               | 15 |
| <基本目標2> | 横芝光町へ新しい人の流れをつくる          | 16 |
| (1)     | 町外からの移住受入れの強化             | 17 |
| (2)     | 積極的な町の魅力発信による認知度の向上       | 17 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| (3) 若い世代に魅力のある住宅地づくり            | 18 |
| (4) 拠点大学や地元高等学校との連携             | 18 |
| ＜基本目標3＞若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえる   | 19 |
| (1) 若い世代の出会いの場づくり               | 19 |
| (2) 子育てに係る経済的支援                 | 20 |
| (3) 妊娠から子育て期にわたる切れ目のない支援        | 21 |
| (4) 教育振興と子育ての連携                 | 21 |
| (5) ワークライフバランスの充実               | 22 |
| ＜基本目標4＞時代に合った町をつくり広域連携を強化する     | 23 |
| (1) 町内・町外の交通アクセスの充実             | 24 |
| (2) 横芝駅前広場の活用                   | 24 |
| (3) 公共施設の統廃合と公共資産経営の強化          | 25 |
| (4) 公共施設の利用率向上                  | 25 |
| (5) 空き地・空き家対策                   | 25 |
| (6) 時代に合った便利な行政サービスの実現          | 26 |
| (7) 災害時における子育て世帯のサポート           | 26 |
| (8) 町の核となる人材の育成                 | 27 |
| (9) 自治体連携による総合戦略の推進             | 27 |
| ＜基本目標5＞地域の魅力を最大限に活用し町を活性化する     | 28 |
| (1) 交流や賑わいの拠点開発                 | 29 |
| (2) 特産品を活用した観光客の増加              | 29 |
| (3) マスコットキャラクター「よこぴー」の活用        | 30 |
| (4) 観光情報の発信                     | 30 |
| (5) 地域資源を活用した「ひと」「もの」の流れの向上     | 31 |
| 3. 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議分科会提案プロジェクト | 32 |
| IV 資料編                          | 35 |
| 1 横芝光町まち・ひと・しごと創生推進本部設置要綱       | 36 |
| 2 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議設置要綱         | 38 |
| 3 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議委員名簿         | 40 |

# I 基本的な考え方

## 1 国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」との関係

まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）に基づき、国が定めた総合戦略の基本的な考え方や政策 5 原則※（自立性・将来性・地域性・直接性・結果重視）を踏まえ、横芝光町における「人口減少と地域経済縮小の克服」と「まち・ひと・しごとの創生と好循環の確立」を目指す。

※まち・ひと・しごとの創生に向けた政策 5 原則（要約）

- （1）自立性：構造的な問題に対処し、地方公共団体、民間事業者、個人等の自立につながる。
- （2）将来性：地方が自立的かつ主体的に、夢をもって前向きに取り組むことを支援。
- （3）地域性：各地域の実態に合った施策を支援。国は支援の受け手側の視点に立って支援。
- （4）直接性：ひとの移転・しごとの創出やまちづくりを直接的に支援する施策を集中的に実施。
- （5）結果重視：PDCAメカニズムのもと、具体的な数値目標を設定し、効果検証と改善を実施。

## 2 5 か年戦略の策定

総合戦略は、横芝光町人口ビジョンが示す人口の将来像を踏まえ、平成 27(2015)年度を初年度とする今後 5 か年の戦略として策定する。

＜戦略の期間＞平成 27（2015）年度～平成 31（2019）年度

## 3 基本目標の設定と施策の推進・検証の枠組み

国の総合戦略が示す政策 4 分野ごとの基本目標を踏まえ、横芝光町における課題を整理し、5 年後の基本目標を定めるとともに、この基本目標の実現に向け、講ずべき施策に関する基本的方向と具体的な施策を記載し、施策の効果を客観的に検証できる指標として重要業績評価指標（KPI: Key Performance Indicator）を定める。

また、町長を本部長とする「横芝光町まち・ひと・しごと創生推進本部」において施策の推進を図るとともに、「横芝光町まち・ひと・しごと創生会議」と連携し、取り組み内容を検証改善する仕組み（PDCA サイクル：Plan 計画－Do 実施－Check 評価－Action 改善）を確立する。

## 4 戦略のフォローアップ

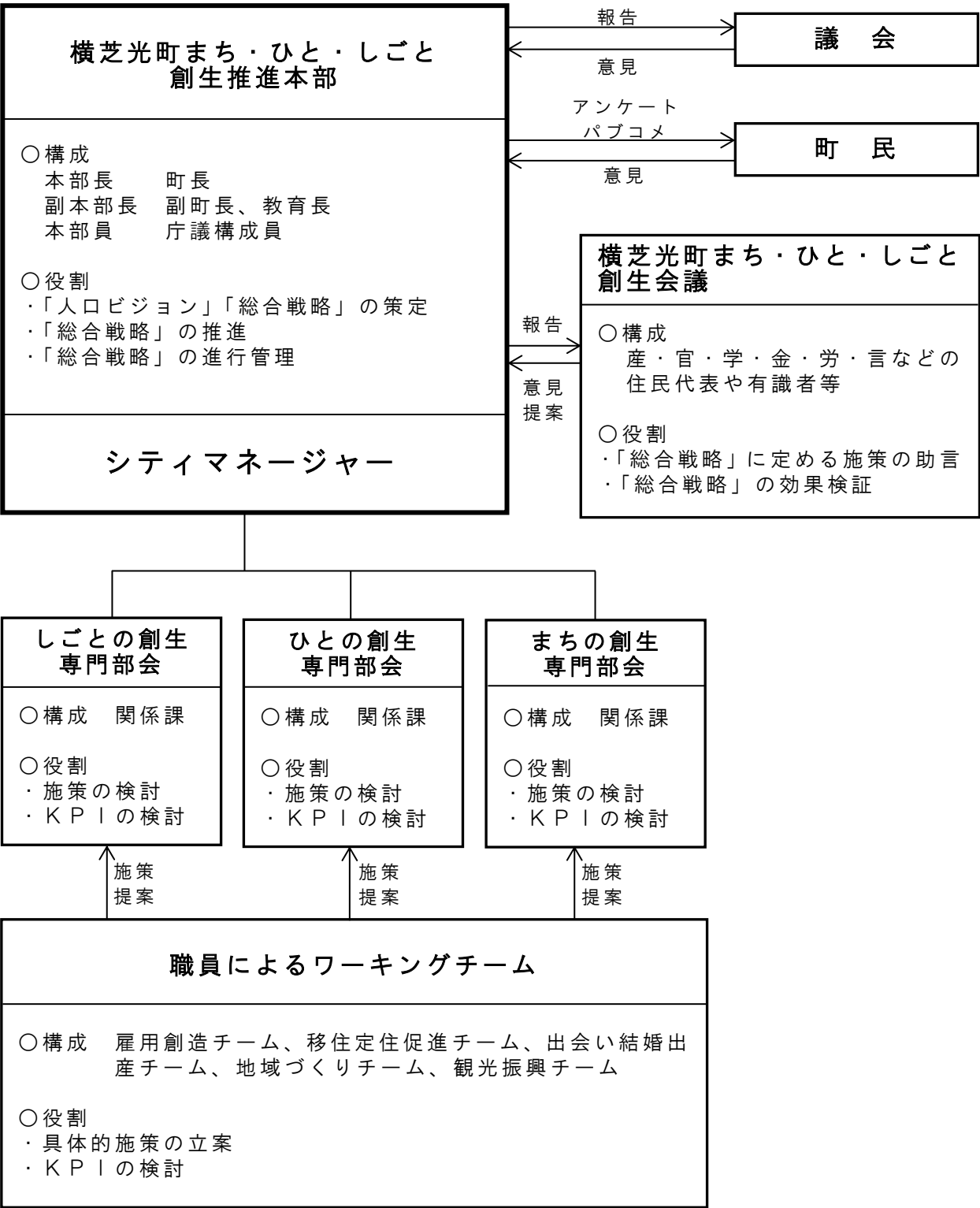
横芝光町は、総合戦略に基づき「まち・ひと・しごと創生」に早期に着手する。

今後は、千葉県や近隣市町の総合戦略との整合を図りながら、広域的な連携を進めるとともに、国が提供する「地域経済分析システム」による経済分析や、平

成 27 年国勢調査の結果、さらに今後実施される各種諸調査等の結果を加味するなど、時代に合ったニーズを取り込み、随時必要な見直しを行う。

また、施策の推進にあたっては、地方創生交付金等の国の財政支援や、シティマネージャーや地方創生コンシェルジュ等の人材支援制度を積極的に活用する。

5 総合戦略策定・推進・効果検証の体制図



## Ⅱ 目指すべき将来の方向

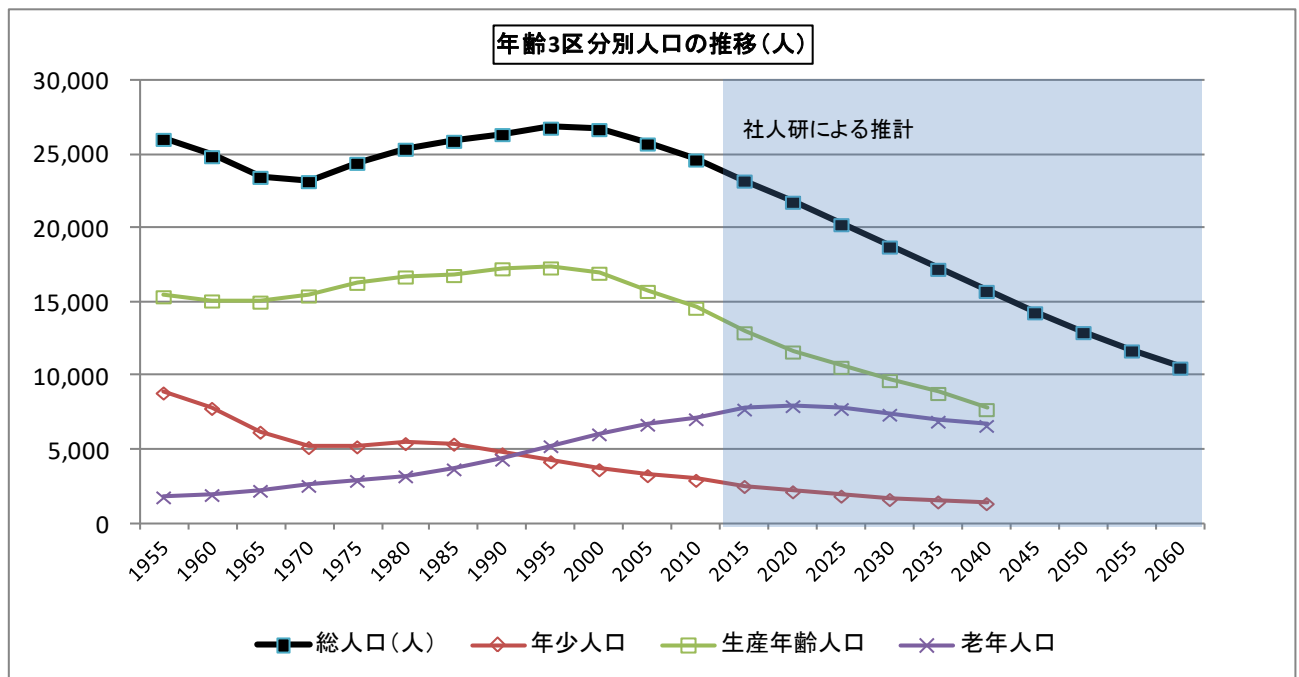
### 1 現状の分析

#### (1) 人口ビジョンからのアプローチ

##### ①総人口・年齢3区分別人口の推移

横芝光町の総人口は、1955年から1970年の高度経済成長期にかけて一時減少したものの、1970年以降は増加に転じ、1995年には26,814人に到達したが、その後は、自然減の影響により減少傾向をたどっている。

また、年齢3区分別の人口は、老年人口（65歳以上）が増加傾向、生産年齢人口（15～64歳）や年少人口（14歳以下）は減少傾向となっている。国立社会保障・人口問題研究所（社人研）による2015年以降の推計では、今後も人口は減り続け、2040年には15,748人（2010年の24,675人から約36.2%減少）、2060年には10,557人（2010年から約57.2%減少）になると見込まれている。なお、老年人口は、総人口が減少を続ける中で今後も増加傾向にあり、2020年頃を境に減少すると推計されている。



※出展：国勢調査（2010年まで）、社人研推計値（2015年以降）

## ②出生数・死亡数の推移（自然増減）

出生数と死亡数の推移を見ると、出生数は緩やかに減少しているのに対し、死亡数は緩やかに増加している。そのため、自然動態（＝出生数－死亡数）は減少を続けている。

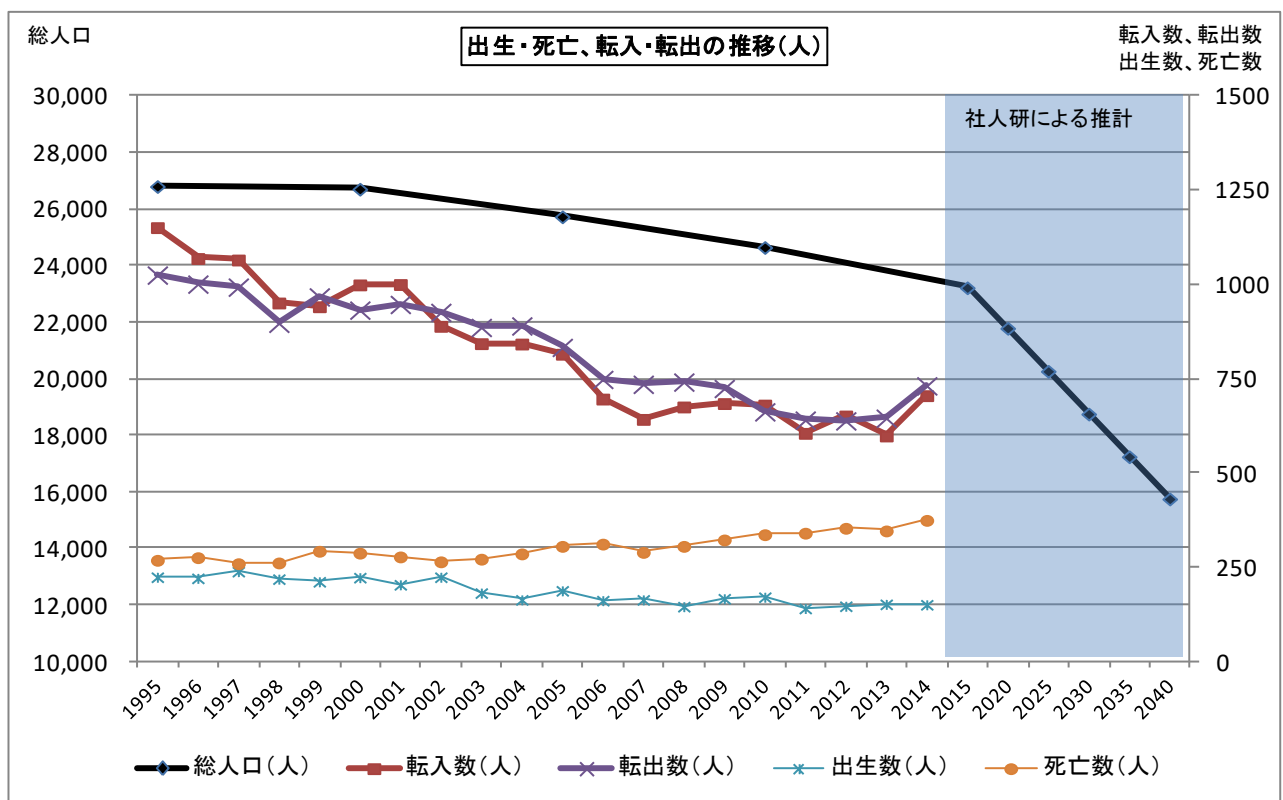
## ③転入者数・転出者数の推移（社会増減）

転入者数と転出者数の推移を見ると、いずれも徐々に減少しており、社会動態（＝転入数－転出数）は、わずかに増加と減少を繰り返している。

年齢5歳階級別の純移動数を見ると、男性・女性ともに15歳から19歳の人20歳から24歳になる階級で大きく転出超過となっている。これは高等学校や大学卒業後の進学や就職に伴う転出が要因と考えられる。

その他の年齢階級では、20歳から54歳の階級は調査年度によりばらつきがあるものの、55歳から64歳の階級ではいずれの年度も転入超過となっている。これは定年退職後のUターンやIターンによる転入が要因と考えられる。

進学就職世代の転出と退職世代の転入により、社会増減の均衡を保っており、高齢化率を上昇させている要因になっている。



※出展：総人口：国勢調査（2010年まで）社人研推計値（2015年以降）

転入・転出・出生・死亡：千葉県毎月常住人口統計調査報告書



## **(2) アンケート調査からのアプローチ**

人口減少に対する町民の意向や考え方を把握するため、6種類のアンケート調査を実施し、それらの結果からポイントとなる項目を次に示す。

### **①進学・就職等の意向に関する調査**

- ・「地元就職先があった/見つかった場合どうするか」では、「地元就職したい」が63.2%で強い地元志向を示している。

### **②結婚・出産・子育て世代に関する調査**

- ・「理想とする結婚年齢」は、男性が「20代後半から30代前半」が66.3%、女性が「20代前半から20代後半」が70.6%で、実態を示す平均初婚年齢より若く結婚することを希望している。
- ・「理想とする子どもの数」は、「2人」が47.8%、「3人」が31.3%で「1人」の2.9%と比較して2人以上の志向が多い。
- ・「子どもを多く持つことに対する阻害要因」は、「子育てや教育にお金がかかるから」が84.3%で高い値を示している。
- ・「結婚・出産・子育ての希望をかなえるために重要な施策」は、「子育てにかかる経済的負担の軽減」が59.2%で、経済的負担が少子化の主な要因と考えられる。
- ・「学校統合について」は、「積極的に進め人口減少に備える」と「統合に向けて検討を開始すべき」を合わせると59.6%、「現状のまま」と「統合すべきでない」33.2%と比較して統合への希望が上回っている。

### **③横芝光町から転出された方の調査**

- ・「転出理由」は、「仕事の都合」33.0%、「結婚のため」28.2%、「家の購入など」11.9%が上位となっている。
- ・「横芝光町の住みよさ」は、「住みやすかった」が55.9%と高い評価を示している。
- ・「横芝光町に再居住する可能性」は、「住みたいと思う」31.7%、「住みたいと思わない」20.7%と比較して再居住の可能性が高い。

### **④横芝光町へ転入された方の調査**

- ・「転入の理由」は、「結婚のため」22.5%、「住宅の購入など」16.5%、「仕事の都合」15.0%が上位となっている。

- ・「転居後の居住地を選んだ理由」は、「親や子ども、他親族と同居や近居だから」48.0%が突出して高くなっており、家族や肉親と近くにいることへの希望が反映されている。

#### ⑤事業所・商店等の雇用や創業に関する調査

- ・「人口減少が経営に与える影響で最も大きいもの」は、「売上高の減少」52.7%が最も多く、次いで「人材の確保が難しくなる」16.8%となっている。
- ・事業活動上の現状評価では、「従業員の確保」について「困難」49.2%、「容易」16.3%、「パートやアルバイトの確保」について「困難」45.5%、「容易」18.9%となっており、人手不足が現れている。

#### ⑥横芝光町の将来展望に関する調査

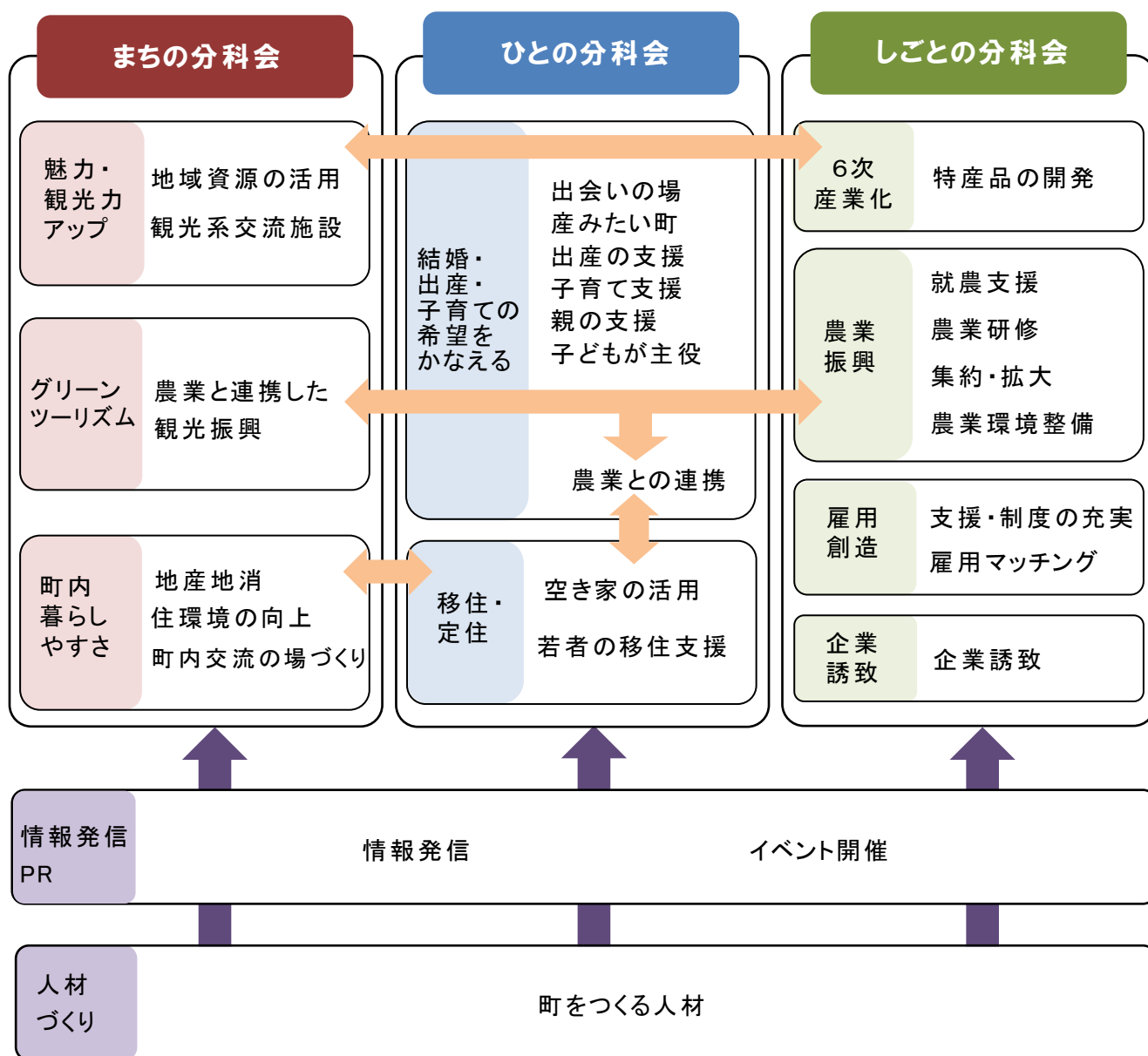
- ・「人口減少による影響で最も不安に感じること」は、上位から「医療や介護など社会保障にかかる個人負担の増加」34.9%、「地域を支える担い手の不足」17.5%、「税收の減少による行政サービスの低下」11.7%となっている。
- ・人口減少を克服し、活力ある社会を目指すために、町が力を入れるべき取組として項目別にニーズが高い（最上位）ものを見ると、「安定した雇用を創出するために重要な施策」は、「企業誘致による雇用の拡大」55.0%。「新しい人の流れをつくるために重要な施策」は、「若い世代の定住に向けた支援」61.3%。「若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえるために重要な施策」は、「子育てにかかる経済的負担の軽減」43.8%。「時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携するために重要な施策」は、「時代に合った便利な行政サービスの実現」51.4%。「地域の魅力を最大限に活用し町を活性化するために重要な施策」は、「特産品開発や販路開拓の支援」48.5%となっている。
- ・「今後の公共施設のあり方について」では、「積極的に統廃合を進め財政負担を減らすべき」45.9%、「統廃合を進め少しでも減らすべき」25.4%となっており、「現状維持」18.0%と比べても、人口減少が更に深刻化する前に積極的な対策を求める声が多い。

### (3) 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議からのアプローチ

町民代表および、「産・官・学・金・労・言」※<sup>1</sup>の各分野を代表する有識者を構成員とする「横芝光町まち・ひと・しごと創生会議」では、3つの分科会を設置して、町の課題を整理し、それを克服するための方策・アイデアを以下のとおりとりました。

※1：「産・官・学・金・労・言」は、産業界・行政・教育・金融機関・労働団体・言論界

まち・ひと・しごと創生会議第1回分科会(H27.7)における意見の全体構図



## 2 目指すべき将来の方向

### （１）人口減少の克服

横芝光町の人口減少の構造的な課題を分析すると、自然要因として合計特殊出生率（一人の女性が生涯に産む子どもの数）が、1.33（2014年）で全国平均1.42と比べて低い傾向にあること、また、社会要因では、進学や就職による若者の転出が著しい上に、卒業後に町に戻る若者が少ないことが大きな要因となっている。

短期的な取組で人口減少を止めることは不可能であるが、若年層の定着を目的とする雇用対策と、その若者が横芝光町で結婚し、出産し、子育てをする「好循環」を創り出すことが、人口減少対策として極めて重要である。

そのため、人口減少対策としては、町の将来を担う若者を中心とする人材確保に取り組み、町内企業を元気にし、雇用を拡大する。併せて、産業振興や観光振興を中心とした「元気な産業と安定した雇用の創出」や「観光交流人口の拡大による雇用の創出」を図り、若者雇用の受皿づくりを進める。

また、子育て世代の経済的な負担を軽減し、ワークライフバランスを安定させることにより、「希望する子どもの数を持てる」子育て環境の整備を進め、子育てしやすい町づくりから少子化の流れを克服する。

### （２）選ばれる町づくり

地方創生は、言うまでもなく「ひと」が中心であり、長期的には、地方で「ひと」をつくり、その「ひと」が「しごと」をつくり「まち」をつくるという流れを確かなものにしていく必要がある。

しかし、現状では「人口減少が地域経済の縮小を呼び、地域経済の縮小が人口減少を加速させる」という負のスパイラル（悪循環の連鎖）が懸念されている。

そこで、国の総合戦略では、悪循環を断ち切るために、「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を地方に確立することで、地方への新たな人の流れを生み出すことができ、その好循環を支える「まち」が活力を取り戻すことにより、人々が安心して生活を営み、子どもを産み育てられる。そのような社会環境を、地方につくることが求められている。

横芝光町においても、時代に合った魅力的な町をつくり、住む人が安心して住み続けたいと思える町、住んでみたいと思われる町を目指し、官民一体となって特色ある町づくりを進めなければならない。

### （３）危機感を共有

社会の構造的な課題の解決には長い期間を要する。仮に短期間で出生率が改善し

ても、出生数は容易には増加せず、人口減少に歯止めがかかるまでに数十年を要する。一方で、解決のために残された選択肢は少なく、無駄にできる時間はない。

そのためにも、スピード感を持って地方創生プロジェクトを実行に移し、経験や勘ではなく、データに基づく検証により、更に有効な対策を導き出すことが重要である。

横芝光町は、財政力に余裕がある町ではない。したがって、地方創生と併行して既存事業の取捨選択を進め、町民とともに問題意識を共有しながら、これまでにない危機感を持って、人口減少の克服と好循環の確立を目指す必要がある。

#### **（４）多様な人材との協働**

地域を活性化し、創生していくには、住民自治の更なる向上が重要であり、その前提として「人づくり」と「多様な人材との協働」が求められている。このまちに関わる人それぞれが、人と人とのつながりや、これまで培ってきた知識や経験を多彩な分野で発揮することで、魅力と活力にあふれた地域社会が築かれていく。

老若男女を問わず、町民一人ひとりが地方創生の主役であることを認識し、「オール横芝光」で地方創生の取り組みを目指す。そのための第一弾として「横芝光町まち・ひと・しごと創生会議」を立ち上げ、継続して検討を進めていく。

#### **（５）３つのテーマから戦略を練る**

横芝光町の創生を目指すため、次の３つ「好循環」をキーワードに総合戦略を検討し、基本目標を定めることとする。

##### **「しごと」の好循環づくり**

- 産業を振興し安定した雇用を創出するための戦略

##### **「ひと」の好循環づくり**

- 横芝光町へ新しい人の流れをつくるための戦略
- 若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえるための戦略

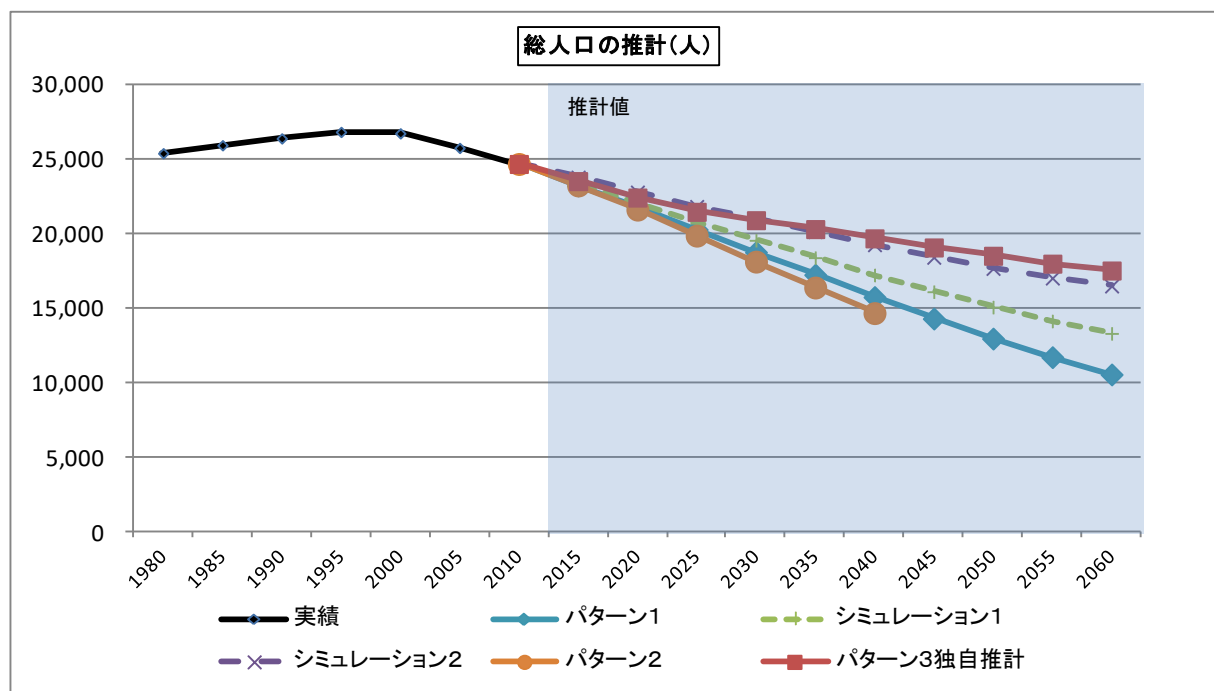
##### **好循環を支える「まち」の活性化**

- 時代に合った町をつくり広域連携を強化するための戦略
- 地域の魅力を最大限に活用し町を活性化するための戦略

### 3 人口の将来展望

#### (1) 総人口の目標

目指すべき将来の方向に沿って横芝光町の人口を独自推計し、2040年の総人口目標値を約20,000人、2060年の目標値を約18,000人とする。



(単位：人)

| 区 分                | 2010年         | 2020年         | 2030年         | 2040年         | 2050年         | 2060年         |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| パターン 1             | 24,668        | 21,790        | 18,755        | 15,748        | 12,962        | 10,557        |
| シミュレーション 1         | 24,668        | 21,974        | 19,551        | 17,224        | 15,073        | 13,310        |
| シミュレーション 2         | 24,668        | 22,784        | 20,995        | 19,251        | 17,666        | 16,488        |
| パターン 2             | 24,668        | 21,607        | 18,121        | 14,670        | —             | —             |
| <b>パターン 3 独自推計</b> | <b>24,668</b> | <b>22,416</b> | <b>20,897</b> | <b>19,681</b> | <b>18,513</b> | <b>17,526</b> |

※それぞれの人口推計方法は以下のとおり。

パターン 1 : 全国の移動率が今後一定程度縮小すると仮定した推計（社人研推計準拠）

シミュレーション 1 : 合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の 2.1）まで上昇したとした場合のシミュレーション

シミュレーション 2 : 合計特殊出生率が人口置換水準（人口を長期的に一定に保てる水準の 2.1）まで上昇し、かつ人口移動が均衡したとした（移動がゼロとなった）場合のシミュレーション

パターン 2 : 全国の総移動数が、平成 22 年から平成 27 年の推計値と概ね同水準でそれ以降も推移すると仮定した推計（日本創成会議推計準拠）

**パターン 3 : 合計特殊出生率が国の長期ビジョンで示された 2030 年（平成 42 年）に 1.8 まで上昇、以降 1.8 を維持し、純移動数を 2025 年までの 5 年間で 200 人の転入超過、2030 年以降は 5 年間で 400～500 人の転入超過が維持され、それ以降も概ね同水準で推移すると仮定した推計**

※ 2010 年は、国勢調査人口の「国籍及び年齢不詳人口」を国が按分して作成した人口（基準人口）を使用しているため、国勢調査人口と一致しない。

※ 出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」に基づき、まち・ひと・しごと創生本部作成（パターン 3 以外）

## Ⅲ 戦略の基本目標と基本的方向

### 1 戦略の基本目標

国の総合戦略、横芝光町人口ビジョン及び目指すべき将来の方向を踏まえ、基本目標を次のとおり定める。

|        |                   |
|--------|-------------------|
| 基本目標 1 | 産業を振興し安定した雇用を創出する |
|--------|-------------------|

|        |                  |
|--------|------------------|
| 基本目標 2 | 横芝光町へ新しい人の流れをつくる |
|--------|------------------|

|        |                        |
|--------|------------------------|
| 基本目標 3 | 若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえる |
|--------|------------------------|

|        |                      |
|--------|----------------------|
| 基本目標 4 | 時代に合った町をつくり広域連携を強化する |
|--------|----------------------|

|        |                      |
|--------|----------------------|
| 基本目標 5 | 地域の魅力を最大限に活用し町を活性化する |
|--------|----------------------|

### 2 講ずべき施策に関する基本的方向と具体的な施策

基本目標の実現に向け、講ずべき施策に関する基本的方向や、具体的な施策を次頁以降のとおりに定める。併せて基本目標における数値目標や、各施策における重要業績評価指標（KPI）を設定する。

## 基本目標 1

### 産業を振興し安定した雇用を創出する

#### 数値目標

| 指標              | 基準値（H22） | 目標値（H31） |
|-----------------|----------|----------|
| 人口に占める就業者の割合 ※1 | 47.9% ※2 | 50%      |

※1 就業者数÷総人口（国調）×100

※2 11,820人÷24,675人×100

#### 基本的方向

「横芝光町人口ビジョン」では、年齢別人口移動の状況について、特に20歳から24歳の転出が大きく超過しており、若者の就業希望にかなう企業が町内あるいは通勤圏内に十分に立地していないことがその要因であると言える。

そこで、総合戦略においては、様々な角度から新たな雇用を創出し、「産業振興」を大きな原動力として未来を創造する必要がある。

そのためにも、千葉県の総合戦略と連携し、横芝光町の強みである東京への近接性や豊かで温暖な自然環境（地理的優位性）、成田国際空港や圏央道（優れた社会基盤）、全国上位に位置する農業（豊富な地域資源）を活かし、若者にとって魅力ある雇用の場を創出する。

まず、町の基幹産業でもある農業は、担い手の高齢化や後継者不足に伴い、離農あるいは規模を縮小する農家が増加していることから、担い手への農地集積を加速させ、農地としての資源の維持に努めるとともに、若者をはじめ地域の高齢者や女性の雇用につながる経営体を育成し、あらゆる年齢層の新規就農者支援を強化する。また、本町の豊富な地域資源を活用した農畜産物の高付加価値化を促進し、6次産業化への取り組みを加速させる。

次に、町内雇用の創出につながる企業誘致は、雇用の拡大に直接結びつくことから積極的に推進するとともに、町内で操業する地元企業や商店の育成支援に商工団体や金融機関と連携して取り組むこととする。

#### 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

##### （１）横芝光町の基幹産業である農業の強化

###### ①持続できる農業の新たな担い手の育成と確保

兼業農家や自給農家を含めた新たな農業の担い手の発掘と育成を図り、自立で



きる農業経営に向けて総合的に支援する。

## ②農業経営体に対する支援

農業経営の法人化を進め、専門家による相談・指導体制の整備による経営力のある担い手を育成するとともに、地域雇用の受け皿として、新たに雇用を生み出す経営体への助成等により重点的に支援する。

| 重要業績評価指標(KPI)                                                                                                                                                          | 基準値(H26) | 目標値(H31) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| 大規模農家数<br>(認定農業者の法人数)                                                                                                                                                  | 15経営体    | 5経営体の増加  |
| 新規雇用                                                                                                                                                                   | データなし    | 新規125人増加 |
| 新規就農者                                                                                                                                                                  | 8人       | 25人増加    |
| (具体的な事業) <ul style="list-style-type: none"> <li>・経営・法人化支援事業(新規)</li> <li>・新規就農支援事業(新規)</li> <li>・農業経営体支援型新規雇用創出事業(新規)</li> <li>・担い手育成総合支援協議会による法人化や就農相談(継続)</li> </ul> |          |          |

## (2)新しい産業づくりによる雇用の拡大

### ①新たな企業誘致

地域経済の活性化と雇用の創出を図るため、横芝光町への進出や本社機能の移転を希望する国内外の企業に対し、積極的なアプローチと情報収集を行い、誘致に向けた総合的な支援活動を行う。

### ②拠点大学と連携した雇用の拡大

千葉大学の「COCプラス(地(知)の拠点大学による地方創生推進事業)」と連携して、地元企業や地域社会とともに、若者に魅力があると思える産業と仕事を創り出し、若者が横芝光町に集積される仕組みを構築する。

| 重要業績評価指標(KPI)                                                                                         | 基準値(H26) | 目標値(H31) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| 企業誘致                                                                                                  | なし       | 新規1社     |
| 新規雇用                                                                                                  | なし       | 50人      |
| (具体的な事業) <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業誘致促進事業(新規)</li> <li>・千葉大学COCプラス連携事業(新規)</li> </ul> |          |          |

### (3) 遊休公共用地の有効活用による観光産業化と雇用の創出

#### ①「こどもの国」跡地の有効活用による観光企業誘致

地域経済の活性化と雇用促進を図るため、遊休公共用地の有効活用を進めるとともに、観光産業に特化した企業に対し積極的なアプローチを展開し、通年型レジャー施設の誘致による町内観光産業の活性化と宿泊型経営体の連携強化を図る。

| 重要業績評価指標 (KPI)                 | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|--------------------------------|-----------|-----------|
| 観光企業の誘致                        | なし        | 新規 1 社    |
| 新規雇用                           | なし        | 25 人      |
| (具体的な事業) ・ 観光企業誘致及び雇用促進事業 (新規) |           |           |

### (4) 町内の雇用や起業の促進

#### ①横芝光町版ミニハローワークの整備

町内の求人情報に特化した就職支援窓口の設置や、定期的な就職相談会を開催し、町内における求人と求職のマッチングや各種セミナーを通じ、町内雇用の促進を図る。

#### ②包括的創業支援

横芝光町における起業や第二次創業を支援するため、産業競争力強化法（平成 25 年法律第 98 号）における創業支援事業計画に基づき、横芝光町と商工会が連携し地元金融機関など支援機関の協力のもと、地域密着型企業の立ち上げを支援する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                                                  | 基準値 (H26)      | 目標値 (H31) |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------|
| 採用決定数                                                                           | 1 人/年 ※合同面接会実績 | 30 人/年    |
| 創業支援者数                                                                          | なし             | 10 件/年    |
| 創業者数                                                                            | なし             | 5 件/年     |
| (具体的な事業) ・ 仕事マッチング事業 (新規)<br>・ 創業支援事業計画の推進 (新規)<br>・ ジョブカフェ千葉やハローワーク千葉との連携 (継続) |                |           |

## (5) 特産品販路の新たな試み

### ①町特産品の販路開拓支援

東京都内のアンテナショップを活用し、町内産の農産物を～ＩＢＵＫＩ息吹～  
ロゴマークを使いブランド管理するとともに、付加価値を高めて、町外に販路  
を開拓していくための様々な事業に取り組む。

### ②6次産業化の支援

町の農畜産物を活用した新たな特産品の開発を通じ、6次産業化を支援すると  
ともに、生産体制や販売ルートを官民一体となり研究し、若者の雇用拡大と町  
内産業の活性化を併せて振興する。

| 重要業績評価指標(KPI)                     | 基準値(H26) | 目標値(H31) |
|-----------------------------------|----------|----------|
| 新たな販路開拓による雇<br>用の増加               | なし       | 10人      |
| 新たな特産品開発商品数                       | なし       | 3品       |
| (具体的な事業) ・横芝光町農産物販路開拓モデル事業(新規/先行) |          |          |

## 基本目標 2

### 横芝光町へ新しい人の流れをつくる

#### 数値目標

| 指標                    | 基準値（H27） | 目標値（H31） |
|-----------------------|----------|----------|
| 人口に占める 20～40 歳代の割合 ※1 | 30.9% ※2 | 30%      |

※1 20～49 歳人口÷総人口×100（町丁字別人口調査 毎年4月1日現在）

※2 7,704 人÷24,935 人×100（平成 27 年 4 月 1 日）

#### 基本的方向

国の総合戦略では、「地方への新しい人の流れをつくる」ために、地方移住を推進し、生活面の情報のみならず、移住に必要な情報の一元的な情報提供システム「全国移住ナビ」の運用を開始し、八重洲移住交流情報ガーデンを開設した。

横芝光町では、こうした全国展開のシステムも活用しつつ、町への移住や定住に関心がある人に対し、町の情報や魅力を分かりやすく伝えていくとともに、不安軽減につながる相談窓口や情報提供機能を強化するなど、受入体制を充実し、町への移住・定住者の増加を図る。

さらに、移住希望のある U・J・I ターン者や、横芝光町から転出した若者に向けて、横芝光町の優れた魅力を発信し、将来を担う新たな活力を呼び込み、転入促進による新しい人の流れをつくる。

また、千葉大学や横芝敬愛高校と連携を深め、県内外から有能な人材を呼び込む取組により、若者が横芝光町に集積される仕組みを構築し、定着する若者の数を増やす。

その一方で、横芝中学校跡地などの好立地にある遊休公共用地を魅力ある住宅地に再開発し、若者や移住者の定住に特化した新たな取り組みを開始する。

## 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

### （１）町外からの移住受入れの強化

#### ①移住・定住に係る受入体制の整備と情報発信

横芝光町への移住・定住を促進するため、移住・定住に係る情報の一元化やホームページの開設、（仮称）移住定住総合サポートセンターによるワンストップ相談窓口の整備など、受入体制の整備と情報発信を進める。

| 重要業績評価指標（KPI）                   | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|---------------------------------|----------|----------|
| サポートセンターを利用した移住者の数（累計）          | なし       | 50人      |
| 移住定住の相談件数（累計）                   | データなし    | 500件     |
| （具体的な事業） ・ 移住定住総合サポートセンター事業（新規） |          |          |

### （２）積極的な町の魅力発信による認知度の向上

#### ①居住地として選ばれる横芝光町プロモーション

横芝光町を愛し、住みたい人の増加を図るため、町の持つ優れた自然環境や地域資源を町民に再確認してもらうとともに、県内外にこれらの魅力を積極的にPRし「選ばれる町」を目指す。

#### ②潜在的な移住定住希望者への魅力発信

子育て世代の移住定住者に特化した広報活動を展開し、（仮称）移住定住総合サポートセンターと連携した町の魅力発信を強化する。

| 重要業績評価指標（KPI）                                                                       | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| YouTube 視聴回数<br>（1本あたりの累計）                                                          | なし       | 50,000pv |
| 移住定住の相談件数（累計）<br>【再掲】                                                               | データなし    | 500件     |
| （具体的な事業） ・ 創生プロモーション事業（新規/先行）<br>・ 町PRポスター・看板制作事業（新規）<br>・ 移住定住総合サポートセンター事業（新規）【再掲】 |          |          |

### (3) 若い世代に魅力のある住宅地づくり

#### ①まとまりのある公共用地の再開発

民間を含めた地域の経営資源を活かし、新たな土地の価値を生み出しながら、駅、学校、ショッピングセンターに近い遊休公共用地を、魅力ある住宅地として再開発し、若い世代の定住促進を図る。

| 重要業績評価指標 (KPI)                 | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|--------------------------------|-----------|-----------|
| 定住世帯                           | なし        | 50世帯      |
| 企業誘致                           | なし        | 新規1社      |
| (具体的な事業) ・ 町の空き地有効活用事業 (新規/先行) |           |           |

### (4) 拠点大学や地元高等学校との連携

#### ①拠点大学と連携した若者の定着

千葉大学の「COCプラス (地(知)の拠点大学による地方創生推進事業)」と連携して、県内外から有能な人材を呼び込み、地元企業や地域社会が求める高度な人材が横芝光町に集積される仕組みを構築し、横芝光町に定着する人を増やす。

#### ②横芝敬愛高校との連携強化

町内唯一の高等学校でもある横芝敬愛高校と連携し、町内雇用を促進する仕組みを構築するとともに、即戦力となる技術や資格の取得率を向上させ、卒業後に横芝光町に定着する人を増やす。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                                   | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| COCプラスにより町外から町内に定着した人                                            | なし        | 50人       |
| 横芝敬愛高校から町内に就職した人                                                 | 7人/年      | 14人/年     |
| (具体的な事業) ・ 千葉大学COCプラス連携事業 (新規)【再掲】<br>・ 横芝敬愛高校から町内への就職率向上事業 (新規) |           |           |

## 基本目標 3

若い世代の結婚、出産、子育ての希望をかなえる

### 数値目標

| 指標                      | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|-------------------------|----------|----------|
| 横芝光町の合計特殊出生率<br>※人口動態統計 | 1.33     | 1.50     |

### 基本的方向

横芝光町の人口を推計する上で、ターゲットとする若者・子育て世代の中でも、とりわけ「20歳～39歳」という年齢層は、「出会い・結婚・妊娠・出産・子育て」と続くライフステージの中にあって、その拠点（居住地）をどこに置くかを決定する重要な時期であり、町が将来にわたって安定した人口構造を維持していくためにも、この年齢層を意識した施策展開は、その効果が最も期待できる。

直近の横芝光町の合計特殊出生率は1.33（2014）で、千葉県平均1.32とほぼ同じ、全国平均1.42と比較すると低い傾向にある。しかし、住民アンケート調査によれば「理想とする子供の数」は「2人（48%）」、「3人（31.3%）」と2人以上を理想とする者が約8割あり、国が長期ビジョンで示す2030年の合計特殊出生率1.8に近づけるためにも、若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる切れ目のない支援を効果的かつ継続的に進める必要がある。

そこで、総合戦略では、若者や子育て世代から選ばれる町になるため、結婚対策や少子化対策を重点的に推進し、「働きながら子育てしやすい」環境づくりに取り組むこととする。

また、特にニーズの高い「子育て世帯の経済的負担軽減」については、施策の効果を分析し、合計特殊出生率の増加対策を重点的に進める。

### 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

#### （１）若い世代の出会いの場づくり

##### ①若者が気軽に参加できるイベントの開催

未婚化・晩婚化が少子化要因の一つとなっていることから、結婚適齢期の男女が気軽に参加でき、友達づくりから始められるような、地域資源を活用したイベントを開催し、出会いの場を創出する。

| 重要業績評価指標 (KPI)           | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|--------------------------|-----------|-----------|
| 年間結婚数 ※人口動態統計            | 102件/年    | 100件/年    |
| (具体的な事業) ・若者の出会い創出事業(新規) |           |           |

## (2) 子育てに係る経済的支援

### ①保育料の負担軽減

子育て世帯が抱く将来不安を緩和し、安心して子どもを産み育てられるよう、保育に係る個人負担を軽減し、子育て環境において選ばれる町を目指す。

### ②0歳から高校3年生までの医療費の無料化

子どもの保健対策を充実し、子育て世帯の経済的負担を軽減するため、子どもが病気や怪我などにより受診した場合の医療費を助成する。横芝光町では平成27年度から他市町に先立ち高校3年生までを無料化しており、今後も制度を継続し、子育て施策の充実を図る。

### ③子育て日用品の助成

乳児期に使用する紙オムツや粉ミルク等の子育て日用品購入費の助成を行うことにより、子育て世帯の経済的負担を軽減する。

### ④子育て用品リサイクルのネットワーク化

ベビー用品などの子育て用品は再利用可能なものが多いにもかかわらず処分されてしまう「もったいない」現状から、リサイクルできる子育て用品をネットワークで結び、再利用できる仕組みを構築する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                                                                      | 基準値 (H27) | 目標値 (H31) |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 町の子育て支援の充実度<br>※アンケートで「ふつう～充実している」と回答した人の割合                                                         | 58.3%     | 65%       |
| (具体的な事業) ・保育料の負担軽減事業(継続)<br>・子ども医療・児童医療費助成事業(継続)<br>・子育て支援事業(子育て日用品助成券の支給)(新規)<br>・子育て用品リサイクル事業(新規) |           |           |



### (3) 妊娠から子育て期にわたる切れ目のない支援

#### ①不妊治療費の助成

不妊治療のうち、医療保険が適用されず高額な医療費がかかる体外受精や顕微授精等に要する費用の一部を助成し、子どもが欲しい世帯の希望をかなえ、経済的負担の軽減を図るとともに、不妊に関する相談等、総合的な支援体制の強化を図る。

#### ②妊娠・出産期の支援

妊娠期・出産期又は、急な病気や怪我等で一時的に家事ができなくなった家庭に、家事代行を主とするエンゼルヘルパー派遣サービスを新たに提供し、安心して育児ができる環境を整える。また、出産後の母親の体や心のケアのため産後ケアの充実を図り、女性の健康を支援する。

#### ③子育て支援・母子保健事業の充実

パパママ教室（両親学級）、さくらんぼＣＬＵＢ（子育て教室）、おやこクッキングなどの各種健康教育や、乳幼児健診（乳児～５歳児）、健康相談（子育て・言葉・健康）、フッ素塗布などの歯科保健事業を充実する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                                    | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 母子健康手帳の交付人数                                                       | 146人/年    | 150人/年    |
| (具体的な事業) ・ 不妊治療費助成事業 (新規)<br>・ エンゼルヘルパー派遣事業 (新規)<br>・ 母子保健事業 (継続) |           |           |

### (4) 教育振興と子育ての連携

#### ①中学生の学習活動をサポート

中学生の自主的な学習活動をサポートするため、町民会館を利用した教育補助事業を展開し、生徒の学力向上を図るとともに、保護者の経済的負担を軽減させ、充実した教育環境と子育ての町をアピールする。

#### ②児童クラブの充実

保護者が就労等の理由で昼間家庭にいない小学生の児童を放課後に預かり、児童の健全な育成と、保護者の仕事と育児の両立を支援する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                        | 基準値 (H26)  | 目標値 (H31) |
|-------------------------------------------------------|------------|-----------|
| 教育補助参加生徒数 (累計)                                        | なし         | のべ200人    |
| 児童クラブ待機者数                                             | 0人 ※H26年度末 | 0人        |
| (具体的な事業) ・教育補助事業～苦手克服大作戦!～(新規)<br>・放課後児童健全育成事業の充実(継続) |            |           |

## (5) ワークライフバランスの充実

### ①男性・女性の育児休業取得を促進する

仕事と家庭を両立させる「ワークライフバランス」促進企業を増やし、男性女性ともに育児休暇の取得率を向上させるとともに、企業のイメージアップを図り、少子化対策と雇用促進を同時に進める。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                | 基準値 (H27) | 目標値 (H31) |
|-----------------------------------------------|-----------|-----------|
| 総人口に占める年少人口<br>(0歳～14歳)の割合 ※1                 | 10.9% ※2  | 12.2% ※3  |
| (具体的な事業) ・ワークライフバランス充実事業～仕事も子育ても楽しもう～<br>(新規) |           |           |

※1 0～14歳人口÷総人口×100(町丁字別人口調査 毎年4月1日現在)

※2 2,729人÷24,935人×100(平成27年4月1日)

※3 千葉県人口ビジョンにおける「将来人口の試算結果」パターン1、2、3ともに12.2%を使用

## 基本目標 4

### 時代に合った町をつくり広域連携を強化する

#### 数値目標

| 指標                   | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|----------------------|----------|----------|
| これからも横芝光町に住み続けたい人の割合 | 調査なし     | 70%以上    |

#### 基本的方向

国の総合戦略では、「しごと」と「ひと」の好循環を支えるためには、「まち」の活力を取り戻し、人々が安心して暮らす社会環境をつくり出すことが必要であることが示されている。

横芝光町においても、時代の潮流を読み、社会の変化にいち早く対応しながら、成熟した社会にあっても、時代に合った魅力的な町をつくり、住む人が安心して住み続けたいと思える町を創造し、柔軟な発想で町が抱える様々な課題に向き合い、克服して行く地方創生事業を複合的かつ多角的に展開し、町民ニーズを把握したうえで新たなサービスを開始する必要がある。

その1つとして公共交通をあげると、町民アンケートの居住環境調査では「交通の便が悪い(55.8%)」が他の質問に比して著しく評価が低く、16歳から20歳の町民を対象にしたアンケート調査でも「交通手段が大幅に改善することを望んでいる(50.3%)」と評価した若者が最も多い現状から、本町の生活デメリットになっていることは軽視できない。

このため、時代に合った横芝光町をつくるには、公共交通の利便性を向上させ、人や物が自由に行き交い、交流や町民活動が活性化するネットワークを再構築する必要がある、地方創生を機にいくつかのバス路線で実験的な取組を開始する。

また、人口減少を見据えた公共施設の有り方についての町民アンケートの結果では、「積極的に統廃合を進め財政負担を減らすべき(46.0%)」と「統廃合を進め少しでも減らすべき(25.2%)」を合わせると71.2%にのぼり、公共施設の統廃合とストックマネジメントの強化は、人口減少が更に深刻な状況になる前に、それぞれの施設ごと対応方法を決定する必要がある。そして、遊休施設のリノベーション（再利用）については、民間を含めた地域の経営資源を活かしながら、新たな価値を生み出し、地域活性化に資する取り組みを積極的に推進する。

## 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

### （１）町内・町外の交通アクセスの充実

#### ①新たな公共交通網の整備

横芝駅と町外を結ぶアクセスの向上を図るため、成田市方面へのシャトルバスを日曜と祝日に試験運行する。

#### ②町内交通網の改善

町内循環バスとデマンド（乗合）タクシー利用者の利便性を向上させるため、早朝運行を開始する。

| 重要業績評価指標(KPI)                                  | 基準値（H27）    | 目標値（H31）         |
|------------------------------------------------|-------------|------------------|
| 新たなバス路線の導入                                     | 現在の路線数 6 路線 | 7 路線             |
| 循環バス利用者                                        | 1,213 人/月平均 | 1,500 人/月（20%増加） |
| デマンドタクシー利用者                                    | 930 人/月平均   | 1,100 人/月（20%増加） |
| （具体的な事業） ・ 新たな公共交通網整備事業（新規）<br>・ 町内交通網改善事業（新規） |             |                  |

### （２）横芝駅前広場の活用

#### ①横芝駅前開発

横芝駅が人の交流拠点になるように、駅前広場を活用し駅利用客の利便性を向上させるとともに、駅前の賑わいを取り戻す。

| 重要業績評価指標(KPI)                | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|------------------------------|----------|----------|
| 横芝駅利用者の満足度                   | 調査なし     | 50%以上    |
| （具体的な事業） ・ 利用しやすい横芝駅開発事業（新規） |          |          |

### (3) 公共施設の統廃合と公共資産経営の強化

#### ①公共施設機能の再編

人口減少社会に備えるため、資産経営の視点から、真に必要な公共施設のストックを維持管理するとともに、公共施設総合管理計画に沿った統廃合のアクションプランを早期に策定し、町の遊休資産を整理する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                             | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 公共施設総合管理計画に沿った遊休資産の売却 (累計)                                 | なし        | 1,000 ㎡   |
| 施設のリノベーション(再利用)                                            | なし        | 1 件       |
| (具体的な事業) ・ 公共施設総合管理計画策定 (継続)<br>・ 未来を担う世代のための公共施設再編事業 (新規) |           |           |

### (4) 公共施設の利用率向上

#### ①図書館の魅力向上計画

町立図書館は全国でも有数の蔵書数を誇り、年間のべ20万人が利用している町の看板施設であるが、近年は利用者が減少傾向にある。そこで図書館を更に魅力ある施設に改善するため、実験的に「図書館カフェ(移動式)」を誘致し、町民に親しまれ愛される図書館を目指す。

| 重要業績評価指標 (KPI)                 | 基準値 (H26)   | 目標値 (H31)   |
|--------------------------------|-------------|-------------|
| 図書館利用者数                        | 197,983 人/年 | 220,000 人/年 |
| (具体的な事業) ・ 図書館魅力発信基地化計画事業 (新規) |             |             |

### (5) 空き地・空き家対策

#### ①空き地や空き家の把握と管理対策の強化

利用が無い空き地や空き家が放置されているため、町の安心安全面からも適正な管理が求められている。また、「空き家」については、有効活用が全国的に広がっていることから、「(仮称)空き家対策等基本計画」を策定し、町が取り組むべき方向性について決定する。

| 重要業績評価指標(KPI)                                          | 基準値 (H26) | 目標値 (H31)    |
|--------------------------------------------------------|-----------|--------------|
| 空き家の把握                                                 | 0 %       | 100 % (全棟調査) |
| (具体的な事業) ・(仮称) 空き地対策等基本計画の策定(新規)<br>・空き地・空き家適正管理事業(新規) |           |              |

## (6) 時代に合った便利な行政サービスの実現

### ① ICTを活用した新たな行政サービスの開発

町が発信している様々な情報を、スマートフォンで受信閲覧できるアプリを開発し「住みやすさ」を提供するとともに、町の最新ニュースや観光情報、特産品情報など、町民が共有できる情報をリアルタイムに配信し、さまざまな行政サービスへの活用を図る。

| 重要業績評価指標(KPI)                               | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|---------------------------------------------|-----------|-----------|
| アプリの登録者数(累計)                                | なし        | 2,500人    |
| (具体的な事業) ・ご当地アプリ開発事業(新規/先行)<br>・観光SNS事業(新規) |           |           |

## (7) 災害時における子育て世帯のサポート

### ① 子育て世帯に対応した災害対策

東日本大震災の津波被害の経験を踏まえ、災害時に妊婦や乳幼児が避難先で必要とする災害備蓄品を整備し、子育て世帯の災害時における不安を解消するとともに、町民の暮らしを守り、安心して子育てできる町を目指す。

| 重要業績評価指標(KPI)                                      | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|----------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 妊産婦や乳幼児を持つ子育て世帯の親が災害時の避難先において災害備蓄品に対して不安を感じている人の割合 | なし        | 50 %以下    |
| 備蓄率(120世帯分)                                        | 0 %       | 100 %     |
| (具体的な事業) ・子育て災害備蓄品整備事業(新規/先行)                      |           |           |

## ( 8 ) 町の核となる人材の育成

### ①町の将来を担う人づくり

町の担い手となる地域活動リーダーや、コミュニティビジネスの起業家などを育成するため、タウンマネジメント講座を開催するとともに、修了者のネットワークを構築し、町と人の活性化を促進する。

| 重要業績評価指標 (KPI)                | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| 講座修了者                         | なし        | 50人       |
| (具体的な事業) ・タウンマネジメント人材育成事業(新規) |           |           |

## ( 9 ) 自治体連携による総合戦略の推進

### ①成田国際空港と空港圏自治体との連携

成田国際空港という優れた社会基盤を活用し、空港に近い恩恵を町づくりに最大限に活かすとともに、空港圏の自治体が互いに連携を図り、まち・ひと・しごとの創生と好循環を確立する。

### ②山武郡市広域圏の連携

国や千葉県の地域連携施策を活用しつつ、近隣自治体との連携を深め、広域的な課題の解決や戦略的相互関係の構築に努める。

| 重要業績評価指標 (KPI)                                                                           | 基準値 (H26) | 目標値 (H31) |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| 成田空港圏の戦略的な連携事業の開始                                                                        | なし        | 1事業       |
| 山武郡市広域圏の戦略的な連携事業の開始                                                                      | なし        | 1事業       |
| (具体的な事業) ・空港圏自治体連携「るるぶ」制作事業(新規/先行)<br>・成田空港圏自治体連絡協議会9市町の連携強化(継続)<br>・山武郡市広域市町村圏の連携強化(継続) |           |           |

## 基本目標 5

地域の魅力を最大限に活用し町を活性化する

### 数値目標

| 指標               | 基準値（H26）   | 目標値（H31）    |
|------------------|------------|-------------|
| 横芝光町への観光入込客数（年間） | 72,000 人/年 | 100,000 人/年 |

### 基本的方向

横芝光町の観光では、屋形海水浴場の海水浴客やサーフィン人口が増加し、坂田城跡の梅まつりや産業まつりなどの季節行事、ゴルフ場などへの来訪者を合わせて、年間約72,000人（2014）の観光客が来訪している。

また、町のシンボルとなっている栗山川は釣り客も多く、千葉県で唯一遡上するサケやその捕獲の様子が見られることで広く知られるようになっており、観光資源として更なる発展が期待されている。

一方で、2011年3月の東日本大震災以降、木戸浜海水浴場が閉鎖されており、年平均約15,000人の海水浴客が減少している。また、九十九里浜の良好な景観を形成していた松林（防砂林）が病害虫の影響により姿を消し、白砂青松の九十九里浜が失われてしまっている。

宿泊客の状況は、年間約32,000人（2014）となっており、来訪者が町内にできるだけ長く滞在して、宿泊・周遊することにより、観光産業などの活性化につなげていくことが課題となっている。

今後は、2020年に開催が決定した東京オリンピック・パラリンピックを契機とした新たな観光需要を見据え、既存イベントの充実や、首都圏からの交通の利便性を活かした体験農業やグリーン・ブルーツーリズム、豊富なスポーツ施設、栗山川や海岸を連携させた滞在型余暇活動など、地域資源を活かした新たな魅力の創出、観光と消費の核となる機能の整備、また、資源相互のネットワーク化を構築し、強力な情報発信のもと「観光力」の向上を図ることとする。

そして、このような新たな展開を目指すためには、行政や関係団体に加え、地域組織、企業、住民が“おもてなし”の精神を共有し、それぞれが自立的な活動を役割分担しながら進めていくことが重要である。



## 具体的な施策と重要業績評価指標（KPI）

### （１）交流や賑わいの拠点開発

#### ①横芝光インターチェンジの活用

交通の拠点でもあるインターチェンジ周辺を有効活用し、賑わいを創出する土地利用を検討するため、休止していたＩＣ活用検討委員会を再出発させる。

#### ②新たな交流拠点施設の活用（H29. 3. 23 改正）

農産物などの地場産品の販売と、新鮮な食の提供、そして旅行者などの立ち寄り拠点となる複合施設を整備し、人と物の交流を活性化する。総合戦略では、拠点施設に移住・定住促進の機能を十分に発揮できる仕組みを構築する。

| 重要業績評価指標（KPI）                                                                                      | 基準値（H26） | 目標値（H31） |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| IC 周辺土地利用計画作成                                                                                      | なし       | 1 計画作成   |
| 交流拠点の整備                                                                                            | なし       | 2 箇所     |
| （具体的な事業） ・ 横芝光インターチェンジ周辺開発促進事業（新規）<br>・ 新たな拠点施設（仮称産直交流施設）の活用事業（新規）<br>・ 新たな情報発信施設（情報交流拠点施設）の整備（新規） |          |          |

（H29. 3. 23 改正）

### （２）特産品を活用した観光客の増加

#### ①特産品による町の活性化

町の特産食材の「もつ」で、様々な年代に親しまれる料理方法や活用方法を開発し、商用利用と戦略的なPRにより、観光客の増加に繋げる。

| 重要業績評価指標（KPI）                   | 基準値（H26） | 目標値（H31）    |
|---------------------------------|----------|-------------|
| 「もつ」新メニューの開発                    | なし       | 2 品         |
| 新メニュー取扱い店舗数                     | なし       | 7 店舗        |
| 観光客の店舗立ち寄り人数                    | なし       | 2, 000 人/年  |
| 「もつ」イベント来客数                     | なし       | 10, 000 人/年 |
| （具体的な事業） ・ 「もつ」のもつ魅力を活かそう事業（新規） |          |             |

### (3) マスコットキャラクター「よこぴー」の活用

#### ①よこぴー知名度の向上

町のマスコットキャラクター「よこぴー」を活用し、町のイメージアップを図るとともに、活性化につながるイベントに積極的に参加し、町の知名度を向上させ観光客の増加を図る。

#### ②よこぴーグッズの開発

キャラクターグッズの販売促進を図り、民間活力を利用したPRを展開する。

| 重要業績評価指標(KPI)                       | 基準値(H26) | 目標値(H31)    |
|-------------------------------------|----------|-------------|
| イベントへの参加                            | 43回/年    | 60回/年       |
| グッズ総販売額(累計)                         | 調査なし     | 10,000,000円 |
| (具体的な事業) ・マスコットキャラクター「よこぴー」活用事業(新規) |          |             |

### (4) 観光情報の発信

#### ①SNSを活用した情報発信

観光協会の作成するホームページとの連携を図り、Facebookやご当地アプリを活用し、観光情報をリアルタイムに発信し観光客を増加させる。

#### ②広域観光情報の活用

成田空港を取巻く9自治体が連携して観光情報誌「るるぶ」を作成することにより、互いのメリットを共有しながら、広域的な周遊観光客を獲得する。

| 重要業績評価指標(KPI)                                              | 基準値(H26)        | 目標値(H31)       |
|------------------------------------------------------------|-----------------|----------------|
| 観光協会ホームページ閲覧者数                                             | なし              | 25,000人/年      |
| ホームページ効果による観光客の増加                                          | 屋形海水浴場 5,705人   | 10,000人/年      |
|                                                            | 坂田城跡梅まつり 5,500人 | 10,000人/年      |
| 「るるぶ」による知名度の向上                                             | なし              | 166,000人(発行部数) |
| (具体的な事業) ・観光SNS事業(新規)【再掲】<br>・空港圏自治体連携「るるぶ」制作事業(新規/先行)【再掲】 |                 |                |

## (5) 地域資源を活用した「ひと」「もの」の流れの向上

### ①町特産品の販路開拓支援【再掲】

東京都内のアンテナショップを活用し、町内産の農産物を～ＩＢＵＫＩ息吹～ロゴマークを使いブランド管理するとともに、町外に販路を開拓していくための様々な事業に取り組む。

### ②グリーンツーリズムの推進

体験型農業スポットを活用したグリーンツーリズム（滞留型農業体験）を旅行者へ提供できるモデル的な事業を展開し、観光と農業の複合的な戦略により新たな観光ニーズを掘り起こす。

| 重要業績評価指標(KPI)                          | 基準値 (H26)                 | 目標値 (H31)     |
|----------------------------------------|---------------------------|---------------|
| 新たな販路開拓による販売額の増加額                      | 73,000 円<br>※H27 年1月～3月実績 | 6,000,000 円/年 |
| 体験型農業参加者                               | 18 人    ※H27 年1月～3月実績     | 100 人/年       |
| (具体的な事業) ・ 横芝光町農産物販路開拓モデル事業（新規/先行）【再掲】 |                           |               |

### ３．横芝光町まち・ひと・しごと創生会議分科会提案プロジェクト

住民代表や「産・官・学・金・労・言」の各分野を代表する有識者を構成員とする「横芝光町まち・ひと・しごと創生会議」の分科会で話し合われた次のプロジェクトについては、一部の内容を総合戦略に取り込んでいる。

今後も民の力と多様な人材との協働を推し進めるために、事業の検討にあたることとして総合戦略の萌芽として盛り込んだ。

|         |                                                                                                          |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 農業振興                                                                                                     |
| プロジェクト① | 強い農業                                                                                                     |
| 関連する戦略  | 基本目標１（１）横芝光町の基幹産業である農業の強化                                                                                |
| 内 容     | 横芝光町農業振興協議会を核に、農業の効率化、高齢者でも取り組みやすい農業、農地・ハウスの集約化、農地情報の提供・空き農地のマッチング、法人化サポートなどにより総合的に町内農家を支援し、「強い農業」を振興する。 |

|         |                                                                                                                          |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 魅力・観光力アップ                                                                                                                |
| プロジェクト② | 横芝光町海岸再生プロジェクト                                                                                                           |
| 関連する戦略  | 基本目標１（３）遊休公共用地の有効活用による観光産業化と雇用の創出                                                                                        |
| 内 容     | 砂浜の復元、未利用の港の再生・活用、公共遊休地へのパークゴルフ場の整備、売店・休憩所の整備による総合的な海岸再生計画を立案し、ライフスタイルにこだわる人たちへ向けたプロジェクトを創生会議メンバー、観光協会、商工会、宿泊組合等により実施する。 |

|         |                                                                                                                |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 雇用創造                                                                                                           |
| プロジェクト③ | 横芝光町の人材は横芝光町で働こう！                                                                                              |
| 関連する戦略  | 基本目標１（４）町内の雇用や起業の促進                                                                                            |
| 内 容     | ミニハローワーク、人材バンク、新卒者への説明会などのマッチング事業、企業誘致、産業集積、商店街創生などの雇用の場づくり事業の２本柱により、横芝光町において雇用創造を進める。創生会議メンバーを中心にＮＰＯを設立し運営する。 |

|         |                                                                                                                 |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 特産品                                                                                                             |
| プロジェクト④ | 横芝光町といたら『〇〇』プロジェクト                                                                                              |
| 関連する戦略  | 基本目標１（５）特産品販路の新たな試み<br>基本目標５（２）特産品を活用した観光客の増加<br>基本目標５（５）地域資源を活用したもの・ひとの流れの創出                                   |
| 内 容     | 横芝光町の特産品としてポテンシャルを有するソーセージ、モツ、ネギ、梅について、プロジェクトチームを編成し、新たな特産品として開発する。特産品を販売する対象は、「町外」ではなく「県外」とし、ふるさと納税の謝礼品に組み入れる。 |

|         |                                                                                                     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 移住・定住                                                                                               |
| プロジェクト⑤ | 暮らしたいまち横芝光町プロジェクト                                                                                   |
| 関連する戦略  | 基本目標２（１）町外からの移住受入れの強化<br>基本目標２（２）積極的な町の魅力発信による認知度の向上                                                |
| 内 容     | 移住希望者への町の情報提供、雇用や居住のトライアル、空き家情報提供・活用、開業支援、営農支援等の総合サポート窓口を設置する。サポート窓口は、町のサポートのもと新たに設立するＮＰＯが管理・運営を行う。 |

|         |                                                                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 情報発信                                                                                                  |
| プロジェクト⑥ | 上総・下総のまちＰＲ大作戦                                                                                         |
| 関連する戦略  | 基本目標２（２）積極的な町の魅力発信による認知度の向上<br>基本目標５（４）観光情報の発信                                                        |
| 内 容     | 首都圏在住者、インターチェンジ利用者を対象として、町内のイベント、特産品の発掘により、ホームページの利用拡大、情報の速度アップを図りながら、商工会青年部、農業振興会が中心となり、町の魅力を発信していく。 |

|         |                                                                                              |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 出会い                                                                                          |
| プロジェクト⑦ | 出会いの応援団                                                                                      |
| 関連する戦略  | 基本目標３（１）若い世代の出会いの場づくり                                                                        |
| 内 容     | １０代後半～２０代の町内独身者を対象として、出会いのイベント、結婚の良さを啓発する講座、男性のための男磨き・マナー講座を、創生会議のメンバーが中心となり開催し、親が優しくサポートする。 |

|         |                                                                                                     |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | 人材づくり                                                                                               |
| プロジェクト⑧ | 人材づくりの町 ー人材から人財へー                                                                                   |
| 関連する戦略  | 基本目標４（８）町の核となる人材の育成                                                                                 |
| 内 容     | 小学校から始まり、全学児童・生徒が必ず学習（体験）するプログラムによる「人材づくりの町」を目指すプロジェクトを組み立てる。持続的な学習、PR、優先的な職業あっせん等を組み合わせ、町の人材を育成する。 |

|         |                                                                                                                         |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| テーマ     | グリーンツーリズム                                                                                                               |
| プロジェクト⑨ | 農を通じて絆を深めるグリーンツーリズム                                                                                                     |
| 関連する戦略  | 基本目標５（５）地域資源を活用したもの・ひとの流れの創出                                                                                            |
| 内 容     | 農家、宿泊施設、観光産業分野等の連携による体制を構築し、農業体験、特産品体験などのグリーンツーリズムをワンストップで手配する仕組みをつくる。民間のランドオペレーターを活用し、当初は団体旅行（海外含む）で始め、個人旅行に対象を拡大していく。 |

## IV 資料編

- 1 横芝光町まち・ひと・しごと創生推進本部設置要綱
- 2 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議設置要綱
- 3 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議委員名簿

# 横芝光町まち・ひと・しごと創生推進本部設置要綱

平成 27 年 4 月 16 日

告示第 33 号

## （設置）

第 1 条 まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）第 10 条第 1 項に規定する市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定及び推進に取り組むため、横芝光町まち・ひと・しごと創生推進本部（以下「本部」という。）を置く。

## （所掌事務）

第 2 条 本部は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 横芝光町人口ビジョンの策定に関すること。
- (2) 横芝光町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定及び推進に関すること。
- (3) その他本部長が必要と認めること。

## （組織）

第 3 条 本部は、本部長、副本部長及び本部員をもって組織する。

2 本部長は町長をもって充て、副本部長は副町長及び教育長をもって充てる。

3 本部員は、次に掲げる者をもって充てる。

- (1) 庁議（横芝光町庁議規程（平成 18 年横芝光町訓令第 3 号）に定める庁議という。）の構成員（町長、副町長及び教育長を除く。）
- (2) その他本部長が必要と認める者

（本部長及び副本部長）

第 4 条 本部長は、本部を統括する。

2 副本部長は、本部長を補佐し、本部長に事故があるとき、又は本部長が欠けたときは、あらかじめ本部長が指名した者がその職務を代理する。

## （会議）

第 5 条 本部の会議（以下「会議」という。）は、必要に応じて本部長が招集し、本部長が議長となる。

2 本部長は、必要があると認めるときは、会議に本部員以外の者を出席させ、説明又は意見を求めることができる。

## （専門部会）

第 6 条 本部長は、第 2 条に掲げる事項の専門的な内容を検討するため、専門部会（以下「部会」という。）を設置する。

2 設置する部会は、本部長が別に定める。

3 部会には、部会長を置き、互選により選出する。

4 部会の会議は、必要に応じ部会長が招集し、部会長が議長となる。



5 部会長は、会務を総理し、部会を代表する。

(ワーキングチーム)

第7条 本部長は、第2条に掲げる事項を推進するにあたり、具体的な施策を検討するため、ワーキングチームを設置する。

2 ワーキングチームのリーダー及び構成員は、本部長が指名する者とする。

3 ワーキングチームは、本部長から付託された事項を調査研究し、部会に報告する。

(庶務)

第8条 本部の庶務は、企画財政課において処理する。

(その他)

第9条 この告示に定めるもののほか、本部の運営に関し必要な事項は、本部長が別に定める。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。

## 横芝光町まち・ひと・しごと創生会議設置要綱

平成 27 年 4 月 16 日

告示第 34 号

### （設置）

第 1 条 まち・ひと・しごと創生法（平成 26 年法律第 136 号）第 10 条第 1 項に規定する市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定及び推進にあたり、広く町民や有識者等の意見を聴くことを目的として、横芝光町まち・ひと・しごと創生会議（以下「創生会議」という。）を置く。

### （所掌事務）

第 2 条 創生会議は、次に掲げる事項について意見を述べ、必要な助言、指導等を行うものとする。

- (1) 横芝光町人口ビジョンの策定に関すること。
- (2) 横芝光町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定、推進及び効果検証に関すること。
- (3) その他まち・ひと・しごと創生に関すること。

### （組織）

第 3 条 創生会議は、委員 50 人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、町長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 産業界、行政機関、教育機関、金融機関、労働団体及びメディア等の関係者
- (3) 住民の代表者
- (4) その他町長が適当と認める者

### （任期）

第 4 条 委員の任期は、2 年とする。ただし再任を妨げない。

2 委員が欠けた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

### （会長及び副会長）

第 5 条 創生会議に、会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員のうちから町長が指名する。

3 会長は、会務を総理し、創生会議を代表する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

### （会議）

第 6 条 創生会議の会議は、必要に応じて会長が招集し、会長が議長となる。

2 会長は、必要があると認めるときは、創生会議に委員以外の者を出席させ、説

明又は意見を求めることができる。

（庶務）

第7条 創生会議の庶務は、企画財政課において処理する。

（その他）

第8条 この告示に定めるもののほか、創生会議の運営に関し必要な事項は、会長が創生会議に諮り別に定める。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。

横芝光町まち・ひと・しごと創生会議委員名簿（平成 29 年 3 月現在）

任期 平成 27 年 6 月 24 日～  
平成 29 年 6 月 23 日

| No. | 分類①   | 分類②          | 役職等                     | 氏名           | 備考  |
|-----|-------|--------------|-------------------------|--------------|-----|
| 1   | 学識経験者 | 地方創生派遣人材     | シティマネージャー（千葉大学准教授）      | 鈴木 雅之        | 会長  |
| 2   | 住民代表  | 議会           | 横芝光町議会議長                | 鈴木 唯夫        | 副会長 |
| 3   | 住民代表  | 議会           | 横芝光町議会総務経済常任委員会委員長      | 川島富士子        |     |
| 4   | 住民代表  | 議会           | 横芝光町議会民生文教常任委員会委員長      | 森川 忠         |     |
| 5   | 住民代表  | 地域代表         | 行政総務員連絡会副会長（台区）         | 山崎 貞一        |     |
| 6   | 住民代表  | 消防           | 横芝光町消防団団長               | 椎名 孝次        |     |
| 7   | 住民代表  | 子育て          | 子育て世代の女性代表              | 岸野 慶子        |     |
| 8   | 住民代表  | 子育て          | 子育て世代の女性代表              | 秋葉 香織        |     |
| 9   | 住民代表  | 公募委員         | 齊藤ワイナリー経営               | 齊藤 雅子        |     |
| 10  | 住民代表  | 公募委員         | (株)伊藤エージェンシー代表取締役       | 伊藤 肇         |     |
| 11  | 住民代表  | 公募委員         | 園芸農家/房総食料センター青年部長       | 竹内 宗之        |     |
| 12  | 住民代表  | 公募委員         | NPO法人TINA理事長            | 秋葉 秀央        |     |
| 13  | 住民代表  | 公募委員         | (株)コンコラソン/トマト農家         | 早川 美幸        |     |
| 14  | 住民代表  | 公募委員         | (株)アクセルコミュニケーション代表取締役   | 秋葉 英昭        |     |
| 15  | 住民代表  | 公募委員         | NK金属(株)代表取締役            | 中村 謙         |     |
| 16  | 産業    | 農業           | 横芝光町農業委員会会長             | 伊橋 秀和        |     |
| 17  | 産業    | 農業           | J A ちばみどり営農センターそうさセンター長 | 向後 満         |     |
| 18  | 産業    | 農業           | J A 山武郡市やさいの里営農センター所長   | 伊藤 春生        |     |
| 19  | 産業    | 農業           | 農業振興会会長                 | 市原 貴吉        |     |
| 20  | 産業    | 農業           | 農業振興会青年部会部会長            | 浅野 修一        |     |
| 21  | 産業    | 農業           | 農事組合法人アグリささと代表理事        | 土屋 昇         |     |
| 22  | 産業    | 農業           | 青年農業後継者代表               | 平野 一裕        |     |
| 23  | 産業    | 農業           | 新規就農者代表                 | 小川 純         |     |
| 24  | 産業    | 農業<br>(6次産業) | 6次産業化プランナー(合)SOZO 代表    | 吉岡 隆幸        |     |
| 25  | 産業    | 商業           | 横芝光町商工会会長               | 森川 忠<br>(重複) |     |
| 26  | 産業    | 商業           | 横芝光町商工会青年部長             | 土屋 歩         |     |
| 27  | 産業    | 商業           | 東金青年会議所(JC)理事長          | 前川 京一        |     |
| 28  | 産業    | 商業           | 八日市場青年会議所(JC)副理事長       | 加瀬 忠和        |     |
| 29  | 産業    | 観光           | 横芝光町観光協会会長              | 浅野 孝男        |     |
| 30  | 産業    | 観光           | トレジャーサーフ取締役             | 水野 恵一        |     |

| No. | 分類①  | 分類②            | 役職等                         | 氏名            | 備考 |
|-----|------|----------------|-----------------------------|---------------|----|
| 31  | 産業   | 宿泊             | 横芝光町宿泊組合 組合長（ペンションダック）      | 後藤 仁彦         |    |
| 32  | 産業   | 工業             | 横芝工業団地連絡協議会 横山香料(株)参与       | 森田 修          |    |
| 33  | 産業   | 最大就労<br>エリア    | 成田国際空港(株) 地域共生部長            | 岩澤 弘          |    |
| 34  | 教育   | 教育             | 横芝光町教育委員会教育委員長              | 椎名 義明         |    |
| 35  | 教育   | 高校             | 横芝敬愛高等学校校長                  | 森村 隆二         |    |
| 36  | 教育   | P T A          | 横芝光町 P T A 連絡協議会会長（上堺小）     | 伊橋 健          |    |
| 37  | 金融機関 | 金融             | (株)千葉銀行横芝支店支店長              | 向後 昌志         |    |
| 38  | 金融機関 | 金融             | (株)京葉銀行横芝支店支店長              | 高山 裕紹         |    |
| 39  | 労働   | 雇用             | 横芝光町雇用管理協議会事務局              | 鈴木 茂          |    |
| 40  | メディア | 放送事業者          | 千葉テレビ放送(株)営業業務部長（東町在住）      | 秋山 武保         |    |
| 41  | その他  | 男女共同参画         | 千葉県男女共同参画地域推進員              | 半田美智子         |    |
| 42  | その他  | 保育             | 社会福祉法人横芝福祉会（フタバ保育園）理事長      | 行木 榮          |    |
| 43  | その他  | 保育             | 社会福祉法人豊島福祉会（光町中央幼稚園）理事長     | 椎名 英夫         |    |
| 44  | その他  | 福祉             | 特別養護老人ホーム第二松丘園施設長           | 村越 善子         |    |
| 45  | その他  | 福祉             | 横芝光町社会福祉協議会会長               | 大木 清          |    |
| 46  | その他  | 健康             | 保健推進員代表                     | 加瀬とし子         |    |
| 47  | その他  | 建築<br>(空き家対策)  | 千葉県建築士事務所協会山武支部副支部長<br>フジ設計 | 伊藤 哲也         |    |
| 48  | その他  | 不動産<br>(空き家対策) | 千葉県宅建協会九十九里支部監査役 (有)光住販     | 鈴木 唯夫<br>(重複) |    |

※敬称略